



联合国 贸易和发展会议

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.3/16
18 September 1998
CHINESE
Original: ENGLISH

贸易和发展理事会
企业、工商促进和发展委员会
第三届会议
1998年11月23日，日内瓦
临时议程项目4

关于电子商业参与权的政策问题

贸发会议秘书处的报告

提 要

本文件具有两个主要目的：(1) 对各国和国家集团参与以互联网为基础的电子商业的现状进行评估；(2) 查明为加强电子商业的参与程度而需要解决政策问题的主要领域。

电子商业的真正革命(和迅猛发展)来自于其以互联网为基础的组成部分。从较小的参与者(其中包括中小型企业和绝大多数发展中国家)的角度来看，这意味着从许多方面来说，它们参与世界性电子商业的能力将直接取决于它们与互联网联网的能力。现有的资料表明，互联网的全球性联网率迅速增长，而发展中国家的增长率甚至更高。然而，在此方面存在着的的不平等仍然十分严重，因为在互联网上提供、储存和传播信息的能力仍然严重地集中于较发达的国家中。如果目前的成本结构不得到改变，这种现象也就不可改变：如果互联网的使用在发展中国家仍然反而昂贵，它们在电子商业方面的参与将仍然局限于传统的‘分项承包’或‘合同前’的关系。

为了制定和实施有关电子商业参与权的恰当政策，各国政府将需要对电子商业最可能给其各自国民经济带来益处的领域进行审议；企业与企业、企业与消费者和企业与政府间的交易需要从此方面加以考虑。

导 言¹

1. 以互联网为基础的电子商业已开始对国际贸易的分析和实用基础提出挑战并使其发生革命性的变革:

- (a) 由于它有着减少全球交易成本的潜力, 所以它减少了传统上存在的地理上的劣势, 特别是由距离而造成的劣势,
- (b) 由于它允许买卖双方建立直接的合同关系, 因而它促使在数量日益增多的不同市场上出现新的竞争者; 较小的公司(和较小的国家)现在可以在国际市场上成为成功的竞争者, 而且,
- (c) 由于它是以信息网络和信息流动为基础的, 因此它使买卖双方能够几乎立刻了解不同竞争者提供的价格、质量和交货条件, 从而加强了市场的透明度。

2. 因此, 以互联网为基础的电子商业给贸易和发展、特别是直至目前为止, 觉得难以实施成功的多样化和贸易效率战略的那些发展中国家带来了巨大的希望。然而, 如果不能实现两类条件, 就不可能实现这种商业的所有预期的积极影响:

- (a) 像任何新的市场一样, 电子商业将要求自由和规则的微妙结合; 由于电子商业的全球性, 它将要求建立一套充分平衡的全球规则, 从而摆脱国家一级存在着的各种阻碍性限制;
- (b) 各国和各企业之间在上网、联网和价格方面所存在的现有的不平等需要得到优先处理。

3. 本文件着重于从全球以及区域和国家的角度对以互联网为基础的电子商业的现状进行最新的分析。优先关心的问题是联网问题, 以及各企业对电子商业的新工具的潜在利用问题。在此方面对发展电子渠道以支持企业与企业的商业、零售商业和政府采购的问题进行了分析。这一分析包括对通过在国际贸易进程中的各个方面使用电讯和信息技术来加强贸易效率的若干目前措施进行了审查。

¹ 本文件已在贸发会议的网站([Http://www.unctad.org](http://www.unctad.org))上同时发表。所提及的许多机构、企业、文件等均在本文件的电子版本中以“超级连接”标出。这样用户可通过敲击粗体字汉文直接找到有关的网站。

A. 对目前影响以互联网为基础的电子商业的趋势的概述

4. 在过去几年中，互联网作为全球商业的一种渠道的运用出现了爆炸性发展，从而有助于虚拟产品(即上线信息、软件和服务)以及实体商品的销售。尽管许多发展中国家和转型经济国家的企业和个人已经在一定程度上参与了电子商业，但迄今为止只有美国、欧洲和日本感受到了主要的商业影响。对整个工业界(如旅游业、股票交易、图书销售)来说，传统的销售和顾客服务方式正在受到改造，以利用因互联网销售渠道的使用而提供的互动功能、方便的信息交流和成本效益。

1. 互联网使用的发展

5. 推动工业化国家电子商业的这种迅速发展的一个关键因素是联网用户人数已达到了一个巨大的数量。国际数据公司估计目前的互联网用户人数已达到 1 亿人，它预计这一全球人数到 2002 年时将达到 3.2 亿人。它还预测，“随着发展中国家越来越多的人接受信息技术，网络使用率的绝大多数发展将来自于美国之外。”

2. 全世界互联网网站的增长

6. 自从网络奇才公司 1995 年进行首次调查以来，与互联网相连的互联网主机或服务器数目也迅速增长。下面的表 1 综述了主机总数的增长情况。

表 1：全世界互联网主机数目

调查日期	95 年 1 月	95 年 7 月	96 年 1 月	96 年 7 月	97 年 1 月	97 年 7 月	98 年 1 月	98 年 7 月
主机 (以千为单位)	5,846	8,200	14,352	16,729	21,819	26,053	29,670	36,739

资料来源： NUA, 有多少人联机? ; Nielsen/CommerceNet 调查

7. 然而，增长并不意味着平等：下面表 2 以每台互联网服务器所拥有的人数表明了一些国家互联网主机的密度。

表 2：一些国家中每台互联网服务器拥有的人数

国别/领土	平均每台服务器所拥有的人数	国别/领土	平均每台服务器所拥有的人数
芬兰	25	香港(中国)	310
美国	50	日本	470
澳大利亚	60	南非	930
加拿大	70	大韩民国	1,550
荷兰	90	巴西	8,000
新加坡	125	泰国	15,000
联合王国	130	印度尼西亚	87,000
德国	180	中国	561,000
以色列	185	印度	1,200,000

资料来源：Killen & Associates；网络厅奇才公司。

3. 电子商业收入的增长

8. 在 80 年代和 90 年代中，电子商业获得了稳步发展，但直到 90 年代中期为止，绝大多数这类商业活动都是在私营部门的增值网络中进行的，如 GEIS 和 IBM 经营的那些网络。大多数企业间的商业涉及汽车和零售商品产业中的大制造商向它们的供应商发出定单。许多政府机构也通过这些增值网络发布采购通知，并从销售商那里接受投标。

9. 在这一时期内，一些面向客户和企业的联网服务公司，如 Compuserve, Prodigy 和 Dialog/DataStar 开始在国际上扩大其专有网络，或通过商业增值网络在国外推销其服务。

10. 从 1994 年开始，一些收费的信息服务在万维网上开始了其业务，接着许多销售消费品和工业产品以及提供诸如获取保险费报价等中间服务的公司迅速跟进。到 1997 年，国际数据公司估计在互联网上进行的电子商业的价值总额已经达到 80 亿美元，Forrester 研究所和 Sima 信息公司均估计 1997 年这一数字将达到 90 亿美元。尽管 Simba 公司对到 2002 年时的电子商业收入总额的估计比较谨慎，为 1,020 亿美元，但国际数据公司最近预测，这一数字将上升到 4,000 亿美元。

11. Simba 信息公司还预测，电子商业(其中包括互联网、增殖网络和光盘)的收入总额 1998 年将达到 288 亿美元，而在这一收入总额中，企业之间的交易总额将达到 190 亿美元。它们预计，后一个数字到 2002 年时将达到 580 亿美元。其他研究者预计将出现更加强劲的增长——Forrester 研究所预测，仅企业间电子商业收入一项到 2002 年时就将达到 3,270 亿美元。

12. 尽管本文件引述的各家研究公司所使用的预测方法和电子商业的定义各有不同，但各种预测均指出在未来的几年中，电子商业活动将出现双位数的增长。

B. 区域前景

13. 尽管互联网的使用和电子商业在全世界范围内取得了发展，但在工业化国家之间和在发达国家和发展中国家之间，从绝对水平和增长率方面而言存在着巨大的差异。下面的讨论对这些区域发展作了一些论述，然后分析了对消费者、企业与企业之间以及政府的采购活动的影响。

1. 欧 洲

14. 欧洲在互联网使用和电子商业的发展方面最初落后于美国，但是互联网服务提供商和联网服务公司(如美国联机公司)的增多大大推动了最近出现的大幅度增长。²

15. 德国和联合王国是互联网用户人数最多的国家(分别为 610 万和 720 万)，尽管互联网总渗透率(联网人口百分比)分别仅为 7.3%和 12.8%。在斯堪的纳维亚国

² 见附件一。

家中互联网的渗透率最高，其中包括瑞典(联网人数达 27%)，挪威(32.5%)和芬兰(35%)。法国拥有 380 万互联网用户(占人口的 6.5%)，然而这一数字还不包括 600 万的 Minitel 用户，这曾经是在网络出现之前开展电子商业活动的一个重要来源。

16. Forrester 研究所估计 1998 年欧洲的电子商业的总金额大约将达到 12 亿美元，到 2001 年是将上升至 644 亿美元，其中绝大多数的数额增长(88%)来自于企业对企业的商业。最近由 MORI 公司对 900 家西欧企业(各种规模)进行的一项调查发现，这些公司几乎一半的董事长均表示相信，“电子商业对其企业的未来而言是最佳的选择”。在受调查的积极参与互联网的公司中，几乎有 25%的公司表示，它们的联机活动已经取得了利润，而 58%的公司已通过利用互联网(电子邮件和万维网)开展交易而大幅度节省了成本。

17. 许多欧洲的中小型企业似乎正在密切注视电子商业所提供的各种机会。于 1998 年 8 月发表的一项由英国电讯公司进行的调查显示，54%的中型公司和 33%的小型公司都已经在互联网上登陆(电子邮件和/或万维网)。在已经与互联网联网的公司中，66%的公司指出，电子邮件现在对它们的生意来说至关重要。在对同一类公司进行的一项早期调查中，受调查公司的 81%指出互联网将成为其企业未来固有的一部分。

2. 非 洲

18. 自从 90 年代初以来，非洲的联网活动已得到了重大改善，但与发达国家相比，水平仍然十分低下。³ 目前在非洲有大约 15 万个互联网主机以及 250 多个互联网服务提供商。目前绝大多数用户在南非(60 万)，而在非洲其他地方，每 8,000 人中仅有一人是互联网用户。互联网使用率增长最快的非洲国家包括塞内加尔(2,500 名用户)，突尼斯(3,500 名)，加纳(4,500 名)，肯尼亚(5,000 名)，摩洛哥(6,000 名)和津巴布韦(10,000 名)。

19. 在 1996 年，只有 16 个非洲国家与互联网联网。今天，非洲 53 个首都中 75%以上已与互联网建立了完全的联网。约有 10 个国家在其第二个大城市中为用户

³ 见附件二。

提供以当地电话费计价的互联网联机，而 10 多个其他城市则提供以当地电话费计价的全国性互联网联机。然而，非洲农村的联网仍然问题严重。

20. 在许多非洲国家中，即使拨通互联网的费用仍然十分昂贵。附件三中的表格概述了在一些非洲国家中每月使用互联网仅 5 小时的年度费用。年度费用从博茨瓦纳较低的 136 美元到安哥拉的昂贵的 1,740 美元不等。与此相比较，根据最近发表的一项经合发组织的文件，每月使用互联网 20 小时的平均费用(电话费和互联网服务提供商的收费)在美国为每月 29 美元(年度费用为 348 美元)，德国为 74 美元(年度费用为 888 美元)，联合王国为 65 美元(年度费用为 780 美元)。⁴ 考虑到人均收入的差异，使用互联网的费用对非洲的当地居民而言仍然是十分昂贵的。在许多的非洲农村地区，甚至不存在有线电话服务，这些地区只能通过手提电话、当地无线回路或卫星电话才能使用互联网，而这些联网方式则更加昂贵。

3. 中 东

21. 在允许公众使用互联网的中东国家中，联网用户人数大幅度增加。⁵ 以色列在互联网用户总人数和渗透率方面领先该地区，拥有 30 万用户(占人口的 5.5 %)，随后是阿拉伯联合酋长国，用户人数为 88,600 人(3.0 %)，埃及有 61,000 名用户(0.1 %)，黎巴嫩有 43,800 名用户(1.1 %)。以色列拥有 88,000 台互联网主机，而阿拉伯联合酋长国只有不到 14,000 台互联网主机，科威特为 5,600 台，埃及则略超过 2,000 台。

22. 由 DIT 集团最近所作的一项调查估计，1997 年中东电子商业总额达 900 万至 1,150 万美元。接受调查的互联网服务提供商中只有很少一部分通过它们的万维网站或它们为其客户管理的网站收取付款。在接受调查的互联网服务提供商中，仅有 20 % 的提供商拥有安全的交易能力。因此，调查估计，在过去一年中，该地区只有 4 % 的用户通过互联网作了实际的采购，而绝大多数都是来自于中东以外的公

⁴ 消除阻碍全球电子商业发展的壁垒，经合发组织情况介绍文件(1997 年)。

⁵ 见附件四，埃及已被列入这些数字中，同时也列入了附件二提供的单独的非洲估计数字中。

司。然而，参与另一部分调查的阿拉伯软件公司指出，它们期望在今后两至三年内，⁶ 它们进行的交易中有三分之一将通过互联网进行。

4. 拉丁美洲和加勒比地区

23. 在过去几年中，拉丁美洲互联网使用率发生了爆炸性发展。估计今天拉丁美洲的联网人数达 450 万(Nua)至 850 万(Nazca Saatchi & Saatchi)。Nazca Saatchi & Saatchi 公司还预计，该地区的互联网用户到 2000 年时将增长到 3,400 万，而拉丁美洲的万维网站数目(绝大多数为商业性)到 1999 年时将达到 50 万个。⁷

24. 贸易自由化和经济发展使企业和消费者释放出一股巨大的受到压抑的对信息技术的需求。例如，1993 年巴西只销售出 44,000 台个人电脑，而到 1997 年，这一数字已达到 250 万台。拉丁美洲的消费者与其他一些地区相比似乎明显较愿意在网上采购。Nazca Saatchi & Saatchi 公司的调查发现，29% 的受访者已在网上采购了商品或服务，这一数字低于它们所引用的美国市场的 48% 的数字，但仍然表明消费者中存在着强有力的电子商业潜力。

25. 巴西是该地区的最大的互联网市场，根据所引用的调查，它拥有 100 万至 130 万联网用户。然而，这一数字与总人口相比仍然很低(不到 1%)。墨西哥(37 万用户)，智利(20 万用户)，哥伦比亚(12 万用户)和阿根廷(17 万用户)也拥有大量的互联网用户，尽管只有哥斯达黎加的互联网用户人数(5 万)超过了总人口的 5%。因此，还未能达到为有效支持电子商业所需的关键总数。

26. 对拉丁美洲的电子商业活动进行的最近一项学术调查⁸ 显示，互联网服务提供商正在率先推动该地区的电子商业。报告列出了大约 30 家拉丁美洲和使用西班牙语的美国互联网服务提供商的名单，它们除了提供基本的互联网上网服务之外，

⁶ 在诸如埃及这样的一些国家中，一些信息提供商和商业公司已经通过互联网提供服务。实际上，一家开罗的超级市场已经设立了一个万维网站，没有时间购物的顾客可在网上订购其所需的日用品，然后由超级市场送到他们的家中。

⁷ 见附件五。

⁸ Charles Davis，拉丁美洲的西班牙语语区的电子商业：参与者、问题和挑战；Charles Davis；New Brunswick 大学，加拿大，1998 年。

还再提供网络设计、联网目录和支付能力、培训和系统一体化服务。这些活动的绝大多数似乎都直接针对目前企业对企业的市场。

5. 亚洲和太平洋地区

27. 本地区用户总数目前估计为 2,200 万，日本的网民人数最多(1,210 万)，接着是澳大利亚(330 万)，大韩民国(150 万)和中国(117 万)。互联网在澳大利亚的渗透率最大(18 % 的人口联网)，然后是新西兰(15.8 %)和新加坡(14.7 %)。大约 9.6 % 的日本公民已经联网，该国所拥有的互联网主机的数目遥遥领先(140 万台)，澳大利亚虽紧随其后，但差距很大(750 万台)⁹。

28. 国际数据公司研究所最近调查了该地区最大的 1,000 家公司，结果发现，其中 75 % 的公司已建有公司万维网站。这一百分比在过去一年中已增长了一倍，现在已接近它们对美国市场的估计，根据这一估计，在拥有 100 名雇员的美国公司中，81 % 的公司已经建有公司万维网站。

29. 国际数据公司还预测，在它们分析的下述亚洲国家中，电子商业收入到 2001 年将达到下述水平：

表 3. 电子商业——2001 年的预计收入

国 别	电子商业收入 (单位：百万美元)
马来西亚	1,000
新加坡	800
泰国	200
印度尼西亚	< 200
菲律宾	< 200

资料来源：国际数据公司研究所，1997 年

⁹ 见附件六。

6. 美国和加拿大

30. Nielsen/CommerceNet 最近公布的对美国和加拿大的互联网使用情况的调查显示,截至 1998 年 6 月为止,共有 7,900 多万互联网用户(年龄为 16 岁以上)。这比与 1997 年 9 月进行的前一项调查增加了 36%,也说明自 1997 年初以来,平均每月增长 2.5%。在互联网上实际采购商品和服务的人数也增加了 37%,达到大约 2,000 万人,另有 2,800 万人使用互联网查询价格并对商品进行比较。

31. 对美国的小型企业进行的最近一项调查显示,在这些公司(即大约 260 万家企业)中,现有 37%的公司通过联网做生意。另有 100 万家小型公司可能在 1998 年开始联网。小型企业互联网调查发现,80%的小型企业的联网目的旨在寻求有关企业产品和服务的信息,65%的公司每天使用电子邮件,80%的公司向客户发出电子邮件,38%的公司在网上采购企业产品和服务。IBM 最近对 1,000 家小型企业所作的调查显示,67%的公司已经与互联网联网,24%的公司拥有一个万维网站。因此,美国已经达到了为支持强劲的电子商业工业而必需的关键总数。

C. 企业部门的前景

32. 电子商业已经对许多经济部门中的各种组织产生了深远的影响,并将对商业活动的四类主要方向的每一类发生影响:其中包括(1)企业对企业;(2)企业对消费者;(3)企业对政府;和(4)消费者对政府。下文将对前三项渠道进行论述,第四项渠道则超出了本文件的范围。

1. 企业对企业的电子商业:从电子数据交换到万维网

33. 正如前面所指出的那样,电子商业渠道已运用多年,主要是大公司和各国政府利用这些渠道来推动商业交易。然而,大多数中小型公司发现,除了采购者(即政府或大制造商)指定使用这一渠道的情况外,实施利用私营增值网络的以电子数据交换为基础运用程序的成本极端昂贵。在某些情况下,特别是美国政府的采购,许多增值网络由于将电子数据交换信息转变成一封传真或文件的格式而获取了大量收入。

34. 然而，这些网络的优势在于它们是为支持大制造商的供货连锁系统而专门设立的，因此其目前生意的主要基础来自于这些大采购商。因而，对有关产品的供应商，特别是组件制造者或承包制造者来说，加入增值网络具有一种自然的吸引力，这样就可以从它们的大型工业客户那里收取采购通知。

35. 这些以电子数据交换为基础的供货连锁网络并非仅仅在美国拥有巨大的业务；世界银行于 1995 年所作的一项调查估计，欧洲拥有大约 30 万电子数据交换用户，其中 10 % 至 15 % 的用户使用电子数据交换的目的是在促成国际贸易交易。亚洲，特别是日本，大韩民国和新加坡的电子数据交换活动也具有相当高的水平，尽管许多公司使用的是私人数据格式，而不是标准化的联合国 EDIFACT 的格式。增值网络也开始使用贸易机会网络，如联合国贸易点方案电子贸易机会系统。

36. 互联网世界性联网率的大幅度提高导致这些私营的网络性商业用途转向使用这一新的媒体，并使利用贸易机会和供货连锁网络以获取新的生意的公司数目迅速增加。这些运用程序的大多数已经得到改进，使用户只需要一个标准的网络浏览器即可获取信息或进行交易。

37. 例如，在今天的万维网上有一系列隶属于各国际组织和协会的贸易机会网络正在运行，其中包括：

- UNTPDC 的电子贸易机会系统据称拥有最大的信息量。全世界有 10 多万个组织通过电子邮件从电子贸易机会系统中收取信息。
- 世界贸易中心协会的世贸中心网络(网络服务的后继者)
- 最初由联合国开发署设立的 TIPS 网络。由包括国际商会局在内的一个财团主办的全球企业交换系统。

38. 此外，还有 100 多个以万维网或电子邮件为基础的贸易促进服务网站，它们是由私营部门的公司以及全世界的贸易促进机构经营的。许多网上的贸易信息服务，如由美国贸易点和芬兰贸易点经营的这类服务，还提供其他形式的免费或收费贸易信息，如市场调查、公司名册和商业指南，此外还有各种贸易机会。

39. 除了少数例外情况外，这些贸易机会网络并不着眼于一个单一的部门或一类产品；较为有效的服务运用先进的寻找技术和严谨的数据格式使用户能够迅速发现有关的机会。尽管贸易机会系统特别是在拉丁美洲得到了广泛的利用，但这种系

统通常着眼于终端产品或商品，因此对各种贸易机构和销售公司来说具有较大的吸引力，而对工业采购者的吸引力则不大。

40. 大型跨国公司所使用的以电子数据交换为基础的供货连锁网络也已得到了扩大，进而包括了互联网。在这一领域中人们比较熟悉的是由通用电力公司信息服务部设立的贸易程序网络，它在全世界拥有 4 万多个网络客户。贸易程序网络自 1996 年设立以来，使公司采购商能够与其主要的供货商建立安全的互联网渠道，并向全世界的潜在的新的供货商发布征求报价的请求。这一服务最初是在通用电器公司的照明用具生产部门和通用电器的其他业务部门中实施的，它将采购的先期时间缩短了大约 50 %，并将采购产品的成本降低了大约 30 %。贸易程序网络现在已得到诸如 Hewlett Packard，Textron Automotive 和 Chrysler 汽车公司等其他跨国公司的利用。此外，全世界有 1,400 多家中小型企业已经参与了这一服务，据报导，这一服务促成的交易每年超过 10 亿美元。例如，一家小型的匈牙利公司 Dellcomix 每年的收入的 20 % 是通过贸易程序网络实现的。

41. 除了贸易机会和供货连锁网络之外，许多工业销售技术，如目录和大规模邮寄，已经转向使用万维网和电子邮件技术的互联网。先进的新型寻找技术使拥有数千种类似但各有区别的产品的制造商，如电子主件生产商 AMP 能够建立网上目录，潜在的客户通过这种目录迅速找到它们所需要的专用规格组合。一家具有很深的埃及根基的美国公司 Saqqara 系统公司开发出一种名叫 AMP 的运用程序，现在已成为电子目录市场的先驱。

42. 一些技术公司已经开发出以万维网为基础的先进的订货系统，使客户能够在网上具体说明终端产品的准确规格，然后按规格订制，并向它们发货。Dell 电脑公司通过其万维网站每天销售价值超过 600 万美元的电脑，而 Cisco 系统公司现在每天在网上收到的订单总额超过 2,000 万美元。

43. 完善国际贸易方面的交易是贸发会议提高贸易效率措施的关键目标之一，随着电子商业的发展，这方面的效率正在提高，但各国政府和国际贸易界仍然必须在这一领域中开发大量的工作。各国在商业法律和规章制度方面，特别是在电

子票据和数码签名的合法性方面存在着差异已经阻碍了为取消一项国际贸易交易所涉及的众多票据中的很少几项票据而进行的努力¹⁰。

2. 企业对顾客的电子商业：全球采购

44. 许多发达国家互联网零售业的发展是 70 年代和 80 年代的邮购目录商品销售迅速发展的一种延伸。许多这些目录商品零售商以及电视采购频道(如 QVC)自然将重点转向万维网，因为它们销售的产品可以通过邮件寄送，或通过互联网(如软件)提供。此外，一些新的企业，如虚拟葡萄园、电话订车和 CD-NOW 都已利用向其客户提供通过具体产品类别或比较性采购服务的详细信息的能力。许多这类商贩，如 Amazon.com 和 1-800-Flowers 还建立了向国外客户提供服务的能力。

45. 国际零售业的机会范围在很大程度上取决于所提供的产品、产品交货方面的考虑因素和为使针对外国客户的万维网站“地方化”所需的投资。

3. 企业对政府的电子商业：典范领导

46. 在国家、区域甚至市场一级，各国政府正在利用电子商业渠道提高其运作的效率，并改善向其国民所提供的服务的水准。企业关心的一个重要领域是各国政府越来越多地利用互联网和增值网络来公布采购信息并收取希望提供产品和服务的商贩的报价。

47. 在传统上，通常是将采购机会向一批为数不多的通过资格预审的商贩加以公布，或是在报纸或政府出版物上登出广告。在 80 年代和 90 年代初，一些政府机构开始采用更加新颖的办法，利用拨号布告栏服务提供在网上获取目前的采购要求的信息。然而，这一做法要求商贩采购并利用兼容的通讯软件以查阅这一信息。其他机构，最突出的是美国国防部需要向全国或全世界的商贩发出数以千计的采购

¹⁰ 十三个国家将参与 Bolero Launch 方案，其中包括比利时、巴西、法国、德国、香港(中国)、意大利、日本、挪威、新加坡、西班牙、中国台湾省、联合王国和美国。涉及的市场部门将包括大宗农产品、化学品、汽车产品、服装、玩具、家用产品、原油、电脑产品和新加工的食品。

单。因此，这些组织开始利用商业性的增值网络向潜在的商贩发布采购信息。这种办法也要求供应商收订网络服务提供商的服务并利用专门的通讯技术，以及电子数据交换翻译软件，只有这样它们才能将采购信息下载到它们的内部订单登记和业务系统中。

48. 随着万维网的出现，数以千计的政府机构已经设立了网站，以方便与其供货商进行的通讯。目前利用互联网开展采购活动的各国政府包括：

- 澳大利亚：Transigo(www.transigo.net.au/wci/home)
- 加拿大：MERX(www.merx.cebra.com/)
- 欧洲联盟：投标电子日报(www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted)
- 中国香港：政府用品部(www.info.gov.hk/gsd/tender.htm)
- 波兰：政府采购办公室(www.uzp.gov.pl/a_index.html)
- 美国：一般服务管理局(www.fss.gsa.gov/index.html)

49. 由于世界贸易组织协定要求加强重大政府采购的跨国竞争，因此许多政府机构仍然利用互联网向全世界公布重大采购的信息。此外，许多多边开发机构正日益增多地利用互联网开展其采购活动。例如，联合国不久将建立一个开发业务网站，它将重点公布主要的多边开发银行和其他国际开发机构提供的采购机会。

50. 政府机构参与利用电子渠道进行采购对于一个国家的当地电子商业环境将产生一种推动性的效果。各国政府，甚至极端市场化国家的政府通常是私营部门提供的商品和服务的最大买家。因此，各国政府作为网上采购者的参与可有助于将它们的供货商引入电子商业。这对小型商贩来说尤其如此，因为它们否则会认为如果没有一个希望通过电子渠道进行采购的广泛的客户基础就难以证明值得进行必要的技术投资。

51. 为支持发展一个健康的电子商业社会而建立网上采购者的关键总体数要求政府的积极参与，不仅是作为一个管理者，而是作为一个商业参与者，而最理想的是作为对新生的电子商业公司进行培训和技术援助的提供者。美国的情况正是如此，在那里，早在互联网作为电子商业的首选渠道出现之前，数以千计的公司就利用电话拨号和基于网络的数据通讯技术向政府进行销售，一系列其他国家也发生了同样的情况。

结 论

52. 从发展中国家的角度来看，电子商业的参与权涉及到一些不同类别的政策问题¹¹，其中包括下列问题：

- (a) 建立一个适当的管理、财政和经济框架，以改变目前使用互联网的价格结构：提高潜在用户(特别是中小型企业)的意识，加强互联网服务提供商之间的竞争，吸引经验较为丰富的参与者的长处，并推动当地参与者的能力建设(包括培训)都应当被认为是这一领域中的正确的政策目标；
- (b) 优先提供最可能加强地方贸易效率(如在采购、海关业务或付款等方法)或竞争能力(如通过查明市场空缺、或向全世界公布电子目录或电子贸易机会)的那些电子化产品和服务；这也将使国民经济更好地把参与电子商业与国家贸易政策目标联系起来。

。

¹¹ 需要从目前对于电子商业的国际性讨论的广泛角度，特别是世界贸易组织的角度对上述方向进行考虑。最近提出的建立一个‘电子商业全球框架’的建议也应当从它们对贸易和发展可能产生的影响的角度加以考虑。这就是文件 TD/B/COM.3/17 的目的

附件一

一些欧洲国家互联网的使用情况

国别	估计日期	互联网用户人数	占总人口百分比	来源	互联网主机*
奥地利	98年8月	442,000	5.5%	国际数据公司调查	132,202
比利时	98年8月	558,000	5.5%	国际数据公司调查	153,760
捷克共和国	97年9月	200,000	1.9%	虚拟信息园	65,672
丹麦	98年5月	800,000	16.0%	Politiken	190,293
爱沙尼亚	97年7月	8,300	1.8%	巴尔干媒体实情	18,948
芬兰	98年5月	1,790,000	35.0%	盖勒普媒体	513,527
法国	97年12月	3,800,000	6.5%	NOP 调查	431,045
德国	98年3月	6,100,000	7.3%	NOP 调查	1,154,340
希腊	98年1月	111,000	1.0%	国际数据公司调查	40,061
匈牙利	98年5月	200,000	2.0%	ISYS 匈牙利 Kft(Est)公司	73,987
冰岛	98年2月	121,600	45.0%	盖勒普	20,678
爱尔兰	98年1月	145,000	4.2%	国际数据公司调查	44,840
意大利	98年1月	1,380,000	2.2%	国际数据公司调查	320,725
荷兰	98年4月	1,390,000	8.3%	NIPO	514,660
挪威	97年11月	1,400,000	32.5%	MMI 97年度互联网调查	312,441
波兰	97年11月	700,000	1.8%	Nua 估计	98,798
葡萄牙	98年1月	188,000	1.9%	国际数据公司调查	45,113
俄罗斯联邦	98年7月	1,000,000	0.7%	俄罗斯 N.P. 互联网技术中心	130,422
斯洛伐克	97年11月	190,000	5.0%	净项目	14,154
西班牙	98年6月	1,850,000	4.7%	AIMC	243,436
瑞典	98年5月	2,400,000	27.0%	有关知识	380,634
瑞士	98年6月	870,000	9.4%	瑞士电讯	205,593
联合王国	97年12月	7,200,000	12.8%	NOP 调查	1,190,663

由 Nua 编辑——多少人上网？；网络奇才。

* 只包括使用国家高级域(TLD)名的主机；不包括使用“.com”，“.net”等的主机。这一情况也适用于附件二、附件四、附件五和附件六。

附件二

对非洲互联网联网率的分析

国 别	互联网服务 提供商数目	互联网 主机数*	互 联 网 用户数目	人 口 (单位: 百万)	互 联 网 用户人数
阿尔及利亚	3	19	500	28.50	57,000
安哥拉	5	2	1,500	11.20	7,467
贝 宁	7	13	2,000	5.50	2,750
博茨瓦纳	6	578	500	1.40	2,800
布基纳法索	3	93	700	10.40	14,857
布隆迪	1	0	75	6.30	84,000
喀麦隆	4	5	2,000	13.50	6,750
中非共和国	1	0	200	3.20	16,000
乍 得	3	0	50	5.60	112,000
刚果民主共和国	1	8	100	44.00	440,000
科特迪瓦	3	265	1,000	14.80	14,800
吉布提	1	0	400	0.43	1,075
埃 及	28	2,043	20,000	60.70	3,035
赤道几内亚	1	0	200	0.42	2,100
厄立特里亚	4	0	300	3.70	12,333
埃塞俄比亚	4	76	3,000	60.80	20,267
加 蓬	2	1	1,000	1.20	1,200
冈比亚	4	0	150	0.99	6,600
加 纳	9	241	4,500	17.80	3,956
几内亚	5	0	300	6.60	22,000
几内亚比绍	1	13	200	1.10	5,500
象牙海岸	3	265	1,000	14.80	14,800
肯尼亚	16	692	5,000	29.10	5,820
莱索托	1	17	100	2.00	20,000
马达加斯加	5	18	700	13.90	19,857

国 别	互联网服务 提供商数目	互联网 主机数*	互 联 网 用户数目	人 口 (单位: 百万)	互 联 网 用户人数
马拉维	3	0	400	9.70	24,250
马 里	5	1	400	9.40	23,500
毛里塔尼亚	2	22	100	2.30	23,000
毛里求斯	6	370	960	1.10	1,146
摩洛哥	17	478	6,000	29.20	4,867
莫桑比克	6	83	3,500	18.40	5,257
纳米比亚	6	665	2,000	1.70	850
尼日尔	2	5	200	8.90	44,500
尼日利亚	6	91	1,000	101.20	101,200
卢旺达	1	0	100	8.60	86,000
塞内加尔	9	189	2,500	9.00	3,600
塞舌尔	1	7	1,000	0.08	80
塞拉利昂	1	0	50	4.80	96,000
南 非	75	140,577	600,000	39.00	65
苏 丹	1	0	300	30.00	100,000
瑞 士	3	397	900	0.97	1,078
坦桑尼亚	14	137	2,500	28.70	11,480
多 哥	2	83	300	4.40	14,667
突尼斯	4	57	3,500	8.90	2,543
乌干达	4	41	2,000	20.40	10,200
赞比亚	3	236	2,000	9.50	4,750
津巴布韦	17	836	10,000	11.10	1,110
总数或平均数	256	148,372	684,185	718.49	1,050

资料来源: Mike Jensen, 网络奇才。

附 件 三

在一些非洲国家使用互联网的年度费用

国 别	费用/年(美元)	国 别	费用/年(美元)
博茨瓦纳	136	吉布提	640
南 非	226	布隆迪	645
布基纳法索	288	摩洛哥	660
塞内加尔	290	几内亚	780
毛里求斯	300	阿尔及利亚	880
莫桑比克	348	喀麦隆	965
埃塞俄比亚	384	贝 宁	1,247
加 蓬	440	马达加斯加	1,341
毛里塔尼亚	582	肯尼亚	1,681
塞拉利昂	600	安哥拉	1,740
中非共和国	616	平 均	704

资料来源: Mike Jensen.

说明: 按每月拨号上网五小时计算的费用, 其中包括以当地电话费计价拨打互联网服务提供商的费用。

附 件 四

一些中东国家使用互联网的情况

国 别	估计日期	互联网用户	占人口百分比	来 源	主 机*
巴林+沙特	98年1月	40,200	1.5%	DIT集团	379
埃 及	98年1月	61,000	0.1%	DIT集团	2,043
以色列	98年5月	300,000	5.5%	以色列互联网	87,642
约 旦	98年1月	21,200	0.5%	DIT集团	360
科威特	98年1月	42,400	2.2%	DIT集团	5,597
黎巴嫩	98年1月	43,800	1.1%	DIT集团	1,400
阿 曼	98年1月	20,900	1.0%	DIT集团	666
卡塔尔	98年1月	17,300	3.1%	DIT集团	23
阿拉伯联合酋长国	98年1月	88,600	3.0%	DIT集团	13,519

由 Nua 編集——多少人上网? ; 网络奇才。

附件五

拉丁美洲和加勒比地区使用互联网的情况

国别	估计日期	互联网用户	占人口百分比	来源	主机数*
阿根廷	97年6月	170,000	0.5%	商业网络	57,532
玻利维亚	97年10月	8,000	0.1%	国际电联/西门子	506
巴西	98年5月	1,300,000	0.8%	ITC 巴西	163,890
智利	97年6月	200,000	1.3%	商业网络	22,889
哥伦比亚	97年6月	120,000	0.3%	商业网络	11,864
哥斯达黎加	97年6月	50,000	5.8%	商业网络	2,844
厄瓜多尔	97年10月	5,000	0.04%	国际电联/西门子	1,227
墨西哥	97年10月	370,000	0.4%	商业网络	83,949
巴拉圭	97年10月	1,000	0.01%	国际电联/西门子	855
秘鲁	97年10月	31,000	0.1%	商业网络	3,763
乌拉圭	97年10月	9,000	0.3%	国际电联/西门子	16,345
委内瑞拉	97年6月	35,000	1.2%	商业网络	6,825

由 Nua 編集——多少人上网? ; 网络奇才。

附件六

亚太地区使用互联网的情况

国别或领土	日期	互联网用户	占人口百分比	来源	互联网主机*
澳大利亚	98年6月	3,280,000	18.0%	Morgan 调查	750,727
孟加拉国	97年9月	7,000	0.005%	Nando 技术服务	N/A
中国	98年6月	1,175,000	0.08%	Nando 时报	205,593
中国香港	98年6月	850,000	13.4%	A.C. Nielsen	72,232
印度	97年7月	80,000	0.01%	路透社	10,436
印度尼西亚	98年5月	80,000	0.3%	印度尼西亚国际电讯	10,691
日本	98年1月	12,100,000	9.6%	Nikkei BP	1,352,200
大韩民国	98年3月	1,500,000	2.5%	AsiaBiz 技术	174,800
马来西亚	98年1月	600,000	3.0%	Jaring 网络	40,758
新西兰	98年1月	560,000	15.8%	A.C. Nielsen McNair	177,753
菲律宾	97年8月	100,000	0.01%	Paul Budde com.	7,602
新加坡	97年9月	500,000	14.7%	A.C. Nielsen	59,469
中国台湾省	98年1月	480,000	2.0%	国际数据公司调查	103,661
泰国	98年1月	131,000	0.22%	国际数据公司调查	25,459
越南	98年6月	6,000	0.008%	Nikkei BP/AsiaBiz	25

由 Nua 編集——多少人上网? ; 网络奇才。